

Pengembangan Produk Wisata Berbasis Pengalaman di Desa Wisata Rammang-Rammang Menggunakan Model Bisnis Canva

Mia Rahayu, Andri Machmury, Buntu Marannu Eppang, Renold

Politeknik Pariwisata Makassar
obuscuslan@gmail.com

Article History

accepted 15/2/2024

approved 1/3/2024

published 18/3/2024

Abstract

This research was conducted in Rammang-rammang Tourism Village, Maros Regency. This research aims to improve the skills of local communities in developing tourism products. This type of research uses research and development (R & D). The research stages started from field identification, observation, interviews, focus group discussions, product design, and trials to dissemination. Trials were conducted in small groups and large groups. The results of the research are tourism products in the form of 1) Tour packages that contain storytelling content of local physical and cultural phenomena, 2) Walking Tour routes with the Chaining Loop model, 3) Utilisation of homestay and local culinary and development products are implemented using the Canva Model for promotional activities and tourism business governance. Recommendations for future research are to conduct trials on larger groups and develop tour packages full of experiences throughout the Maros-Pangkep Geopark area.

Keywords: Business Model Canvas; Community Business; Tourism Attraction.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Rammang-rammang, Kabupaten Maros. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat lokal mengembangkan produk wisata. Jenis penelitian menggunakan penelitian dan pengembangan (R & D). Tahapan penelitian mulai dari identifikasi lapangan, observasi, wawancara, *focus group discussion*, desain produk, uji coba hingga desiminasi. Uji coba dilakukan pada kelompok kecil dan kelompok besar. Hasil penelitian yaitu produk wisata berupa 1) Paket wisata yang memuat konten *story telling* fenomena fisik dan budaya setempat, 2) Rute *Walking Tour* dengan model *Chaining Loop*, 3) Pemanfaatan *homestay* dan kuliner lokal serta produk pengembangan diimplementasikan menggunakan Model Canva untuk kegiatan promosi dan tata kelola bisnis pariwisata. Rekomendasi untuk penelitian di masa yang akan datang untuk melakukan uji coba pada kelompok yang lebih besar lagi serta diperlukan pengembangan paket wisata yang sarat pengalaman di seluruh kawasan Geopark Maros-Pangkep.

Kata kunci: Model Bisnis Kanvas; Bisnis Komunitas; Daya Tarik Wisata.



PENDAHULUAN

Ketersediaan pengalaman wisata penting dalam pengembangan paket wisata melalui pelibatan masyarakat lokal. Perjalanan wisata yang dikemas dengan pengalaman yang menyenangkan berperan signifikan dalam menumbuhkan kepuasan wisatawan (Teoh et al., 2023). Wisatawan berinteraksi dengan berbagai macam produk dan layanan selama perjalanan wisata (Al Maghraoui et al., 2019). Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pengelola destinasi yaitu memiliki pasar dan lingkungan yang sama dengan destinasi lain (Kah et al., 2022). (Kah et al., 2022) mengemukakan bahwa menciptakan identitas pada destinasi melalui pengemasan pengalaman wisata yang berkesan bagi wisatawan. (Quintero & Zerva, 2023) mengemukakan bahwa daerah tujuan wisata dapat menciptakan pengalaman berkesan melalui ikatan emosional antara wisatawan sebagai pendatang, masyarakat lokal sebagai tuan rumah dan tempat berlangsung aktivitas wisata.

Pengemasan pengalaman wisata yang berkesan dapat dilakukan dengan keterlibatan masyarakat setempat. (Arcana & Wiweka, 2015) menyatakan bahwa peran serta masyarakat lokal meliputi penyedia informasi, tempat konsultasi dalam melakukan validasi keakuratan data serta pengakuan dari pemerintah setempat. Adanya partisipasi masyarakat dapat memberikan jaminan keberlanjutan pada pengembangan pariwisata yang hendak dilakukan (Okazaki, 2008). Sejauh ini, tingkat partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata memiliki angka kuantitatif yang tinggi. (Rahim et al., 2021) mengutarakan bahwa tingkat partisipasi masyarakat di atas angka 85% pada program pengembangan desa wisata. Senada dengan (Wiwin, 2019) bahwa pengembangan pariwisata tidak dapat berjalan tanpa adanya partisipasi dan kolaborasi dari masyarakat lokal, pemerintah setempat dan pelaku usaha pariwisata. Dengan demikian, dalam mengemas wisata yang berbasis pengalaman diperlukan pengembangan strategi bisnis yang melibatkan Masyarakat Pelaku Bisnis pada Pokdarwis, Pengunjung, Akademisi, Staf Pemerintahan, dan Perancang Perjalanan.

Pengembangan kapasitas masyarakat merupakan syarat penting pengembangan pariwisata sehingga dapat meningkatkan manfaat bagi masyarakat lokal (Sithole et al., 2018). Hal ini memainkan peran penting dalam mengidentifikasi prioritas dan peluang untuk pembangunan pariwisata setempat. (Mustaniroh et al., 2020) menguraikan bahwa kapasitas yang dibutuhkan diantaranya keterampilan pemasaran, kemampuan memberi jasa wisata dan edukasi, mengoptimalkan media sosial dan e-commerce sebagai media pemasaran online serta mampu melakukan edukasi dan pengenalan merek. (Diniati et al., 2022) menggunakan fitur dari media sosial Instagram dan menekankan konten-konten tertentu untuk menarik perhatian target audiens wisatawan. Sementara itu, (Adi, 2022) memanfaatkan telepon genggam untuk menyebarkan informasi, desain awal aplikasi yang memudahkan pengguna informasi dan rekomendasi media promosi pariwisata kabupaten atau kota.

Penetapan kawasan geopark Maros-Pagkep dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat lokal (*community development*) (Nuhung, 2016). Informasi dari pengelola Ramang-Ramang bahwa pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui pengembangan beberapa fasilitas pariwisata di Ramang-Ramang, Desa Berua seperti dermaga, fasilitas penerangan, toilet dan jalur *walk tour*. Penelitian (Putra et al., 2023) di Geopark Maros Pangkep mengungkap hambatan pemberdayaan masyarakat yaitu kurangnya pemahaman dan keterampilan masyarakat setempat dalam pengelolaan dan promosi pariwisata. Dalam menuntaskan hambatan pemberdayaan masyarakat, maka diperlukan langkah untuk menganalisis kebutuhan masyarakat serta mengembangkan metode pemberdayaan yang berorientasi pada peningkatan kemampuan dalam pengelolaan potensi wisata. (Junaid & Fauziah, 2019) mengemukakan bahwa bahwa implementasi partisipasi masyarakat tidak optimal pada pengembangan pariwisata di Desa Wisata Ramang-Ramang yang menjadi daya tarik utama Geopark Maros Pangkep. Dengan demikian, diperlukan strategi dan model pembinaan pada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang kontekstual dan berbasis pada keterampilan. Pemberdayaan

masyarakat dapat optimal jika menyentuh aspek keterampilan atau *skill* (Anggreswari & Jayaningih, 2018; Fitrianiesti & Muhtadi, 2022; Khilmiyah & Surwanti, 2021)

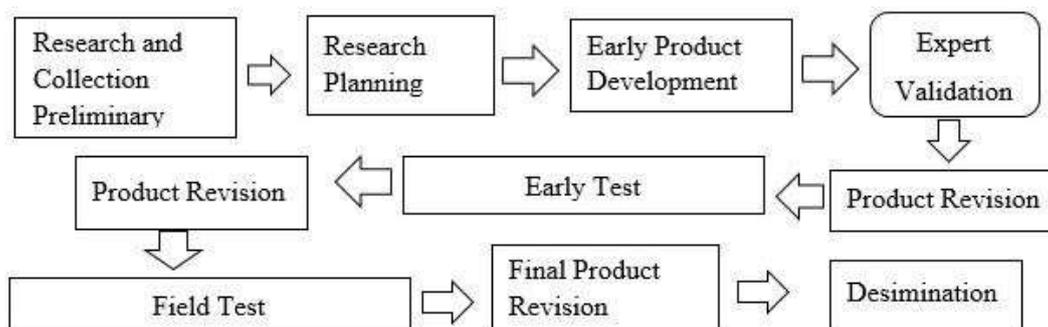
Salah satu potensi atraksi wisata Geopark Maros Pangkep adalah keberadaan habitat kelelawar dan elang yang belum dimanfaatkan secara optimal. Fokus penelitian ini secara spesifik melakukan pengembangan produk melalui pembuatan paket wisata dengan memanfaatkan habitat kelelawar dan elang yang ada di kawasan. Produk yang dikembangkan melibatkan masyarakat lokal dalam proses perencanaan, implementasi dan evaluasi. Dalam menunjang kemampuan dan keterampilan tata kelola paket wisata, penelitian ini memanfaatkan *Business Model Canvas (BMC)* untuk membekali masyarakat lokal. Dengan demikian, diperlukan keterampilan dalam mengemas paket wisata yang edukatif dan bermakna (Ferrari, 2015), pembuatan narasi berupa storytelling (Machmury, 2023) dan serta pemberian pemahaman kepada masyarakat dalam menjaga potensi habitat kelelawar dan elang. Hal ini membutuhkan model bisnis yang terkonsolidasi melalui rencana pengembangan yang memaksimalkan manfaat masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pemberdayaan masyarakat berbasis *Business Model Canvas (BMC)* Geopark Maros Pangkep.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian dan pengembangan. Pendekatan ini mencari fakta nyata terkait situasi saat ini dan melibatkan deskripsi, perbandingan, analisis, dan interpretasi data (Neuman, 2014). Fokusnya adalah menciptakan pengetahuan berdasarkan data yang sistematis untuk mencapai pemecahan masalah. Berdasarkan (Richey & Klein, 2005), terdapat 2 jenis penelitian pengembangan, penelitian ini mengikuti desain Tipe 2, fokus pada model atau proses desain, pengembangan, atau evaluasi tertentu. Terdapat dua aspek utama: pengembangan produk wisata dan model bisnis masyarakat. Pengembangan produk melibatkan penilaian dan perancangan ulang produk wisata yang diprakarsai oleh masyarakat, dengan tujuan menghasilkan produk prototype untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan pengembangan model bisnis yang diusulkan, disebut Business Model Canvas (BMC), akan diselaraskan dengan kegiatan bisnis masyarakat di Rammang-Rammang. Tujuannya adalah membantu masyarakat menerapkan strategi bisnis yang lebih baik.

Langkah penelitian dilakukan melalui Penggunaan *Business Model Canvas (BMC)*. *Business Model Canvas (BMC)* merupakan salah satu media untuk meningkatkan kapasitas masyarakat melalui keterampilan. (Maquera et al., 2022) mengungkapkan bahwa template *Business Model Canvas (BMC)* dapat dikembangkan dalam tata kelola pariwisata seperti promosi atau pembuatan konten yang berkesan. Secara detail, (Azhar et al., 2018) menyebut bahwa rancangan model bisnis di masa depan mampu untuk menciptakan pengalaman berupa hiburan edukatif bagi anak dan keluarga. (Azhar et al., 2018) menyimpulkan bahwa *Business Model Canvas (BMC)* dapat digunakan untuk mempromosikan atraksi wisata yang dimiliki, aktivitas wisata yang dilakukan, mitra kerja sama serta perhitungan pendapatan dan pengeluaran. Selain itu, dapat mengarang biaya produksi dan promosi.

Menurut (Richey & Klein, 2005), prosedur penelitian pengembangan melibatkan pemilihan peserta dengan target informan yaitu Masyarakat Pelaku Bisnis di Pokdarwis, Pengunjung, Akademisi, Staf Pemerintahan, dan Perancang Perjalanan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan tinjauan ahli). Pendekatan Research and Development menggunakan Model (Borg & Gall, 1984). Uji coba produk dilakukan pada dua kelompok. Kelompok kecil sebanyak delapan orang yang berasal dari mahasiswa Prodi Perjalanan Wisata Poltekpar Makassar, kelompok besar pada peserta *Short course Sustainable Tourism Management - Australian Awards Indonesian* sebanyak 30 peserta.



Gambar 1. Research and Development Approach (Borg & Gall, 1984)

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis tematik. Tahapannya melibatkan reduksi data, penyajian/ analisis data setelah pengumpulan data dan tahap kesimpulan sertaverifikasi. Analisis tematik menggunakan teknik *open coding* dan *axial coding* untuk mengidentifikasi indikator produk dan model bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rammang-rammang masuk daftar 75 besar desa wisata terbaik berkelas dunia melalui Penghargaan Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Pencapaian tersebut disusul dengan pengakuan sebagai *Global Geopark* oleh UNESCO (*United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization*). Adapun kekayaan alam di Kawasan Desa Wisata Rammang-rammang juga terdiri dari endemik flora fauna di Pulau Sulawesi, seperti Merpati Hitam Sulawesi, Burung Layang-layang Batu, Burung Cekakak Sungai, Burung Madu Hitam, Burung Cucak Kutilang, Burung Pelanduk Sulawesi, Burung Raja Udang Erasia, Burung Srigunting Jambung Rambut, Burung Madu Kelapa hingga mamalia yang hampir punah pun pernah ditemukan di Kawasan Karst Rammang-rammang yaitu Kera Hitam Sulawesi. Selain komponen aksesibilitas dan atraksi, Kawasan Rammang-rammang juga dilengkapi dengan amenitas berupa rumah makan, area parkir, dermaga penyeberangan 1, 2 dan 3, loket pembelian tiket, mushollah, UMKM souvenir dan untuk masuk di kampung berua, terdapat pula toilet dan tempat sampah disetiap dermaga bahkan hingga di Kampung Berua. Selain itu, amenitas yang cukup penting bagi wisatawan saat akan memulai *tracking* yaitu papan petunjuk jalan dan papan interpretasi.

Rammang-rammang juga telah dilengkapi dengan akomodasi, yang tersebar di Kasehingga wisatawan dapat menikmati suasana malam, seperti *ecolodge* berupa akomodasi dengan design bangunan yang unik dan dilengkapi fasilitas layaknya kamar hotel, berlokasi dipinggir sungai pute', namun jumlah kamar di ecolodge yang terbatas sehingga saat ini sudah disediakan penginapan dermaga 2 meskipun saat ini masih dalam proses pembangunan.

Inisiasi masyarakat terhadap produk wisata yang ada di Rammang-Rammang untuk dijadikan usaha masyarakat.

Peran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata di Desa wisata Rammang-Rammang berperan penting dalam menjaga keberlanjutan dan perkembangan daya tarik wisata. Masyarakat lokal memiliki peran yang paling signifikan dalam menjaga kelestarian lingkungan di kawasan karst, melalui partisipasi nyata dengan berjuang bertahan meskipun kawasan mereka hampir dieksploitasi oleh pengusaha. Masyarakat aktif menjaga keindahan dan kebersihan lingkungan mereka masing-masing. Selain itu, fasilitas dan amenitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dengan baik. Pelaku usaha di Rammang-Rammang telah menyediakan warung makan dan kedai yang menyajikan hidangan khas Sulawesi Selatan melalui dukungan Pemerintah Kabupaten Maros yang dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Maros sehingga membantu menggerakkan perekonomian lokal. Pelaku usaha telah membangun homestay yang dioperasikan oleh warga setempat. Hal ini memberikan opsi penginapan bagi wisatawan yang ingin merasakan kehidupan sehari-hari

masyarakat lokal dan mendukung ekonomi masyarakat setempat. Masyarakat berperan dalam memberikan layanan dan pengalaman positif kepada wisatawan. Seperti yang disampaikan salah satu responden.

"Dukungan dari kami dilakukan secara bertahap dalam pengembangan layanan pariwisata. Pada awalnya kami lakukan pendekatan kepada masyarakat dengan melakukan bimtek pariwisata, kemudian melihat pemahaman dari masyarakat yang berkembang, lalu kami memperoleh dana hibah untuk pengelolaan Rammang-rammang, jadi kami serahkan ke masyarakat supaya bisa digunakan membangun homestay, perawatan perahu masyarakat dan perbaikan jalan setapak di dermaga." (Dinas Pariwisata Kab. Maros).

a. Identifikasi Usaha Produk Wisata

1. Pengembangan Usaha Homestay dan Akomodasi Lokal

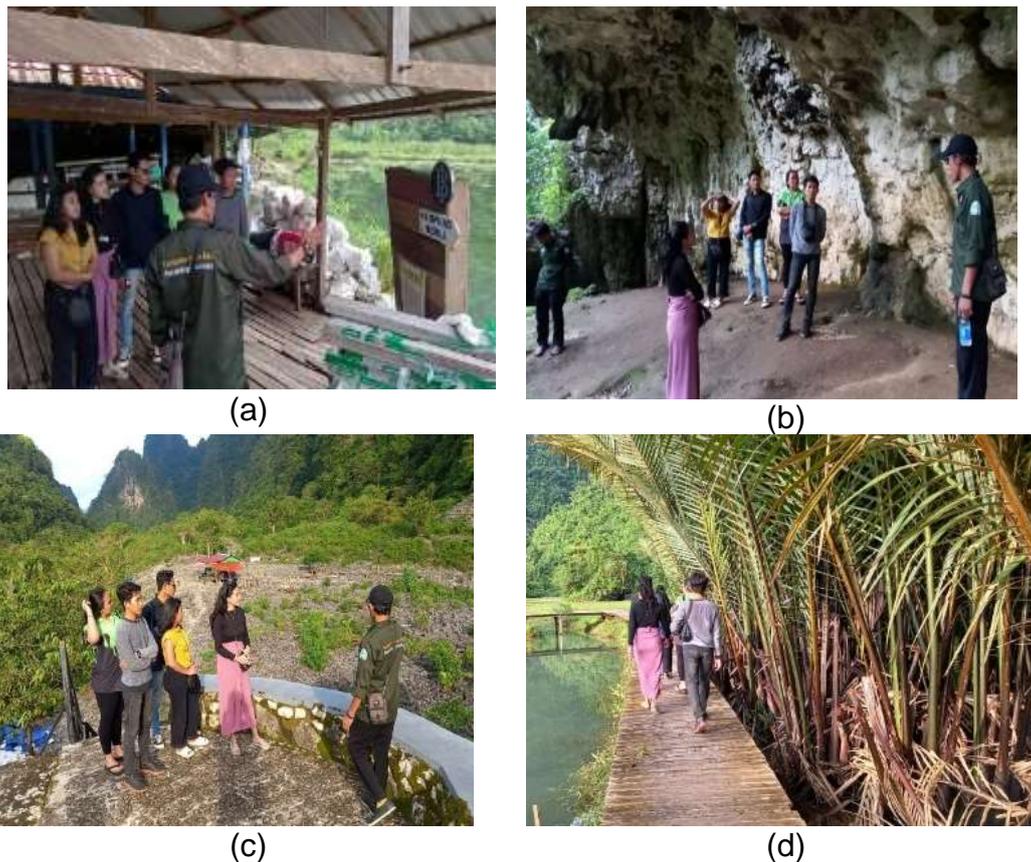
Usaha homestay di Rammang-Rammang telah membuka peluang bagi pelaku usaha setempat untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Hal ini merupakan langkah yang positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dan mendukung sektor pariwisata di kawasan tersebut. Beberapa kendala dalam pengembangan Usaha Homestay dan Akomodasi Lokal. *Pertama*, Salah satu masalah yang muncul adalah kurangnya sinergi antara pelaku usaha homestay dan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) setempat. Kurangnya koordinasi dan kerja sama dapat menghambat perkembangan usaha tersebut. Penting bagi pelaku usaha untuk bekerja sama dengan Bumdes agar dapat mendukung keberlanjutan usaha dan lebih mengintegrasikan usaha homestay dalam pengembangan pariwisata desa. *Kedua*, menunjukkan bahwa kualitas kamar homestay masih perlu ditingkatkan. Kondisi kamar yang kurang memadai dari segi kelayakan, dekorasi yang kurang menarik, dan sentuhan keindahan yang kurang dapat mengurangi daya tarik homestay bagi para wisatawan. Perbaikan dan peningkatan dalam aspek ini penting untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada para tamu.

2. Pelatihan dan pengembangan keterampilan

Untuk meningkatkan kualitas homestay, pelaku usaha perlu menjalani pelatihan dan pengembangan keterampilan, terutama dalam hal pengelolaan homestay dan kamar-kamar yang disewakan. Pelatihan ini dapat membantu mereka dalam mengelola usaha dengan lebih baik dan memberikan pelayanan yang lebih profesional kepada tamu. Selain meningkatkan kualitas, penting juga untuk memperhatikan promosi dan pemasaran homestay. Upaya pemasaran yang efektif dapat membantu menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan okupansi homestay. Ini bisa mencakup penggunaan situs web, media sosial, kolaborasi dengan agen perjalanan, dan lainnya. Usaha homestay harus selaras dengan pelestarian lingkungan dan budaya setempat. Dalam mengembangkan homestay, perlu memperhatikan cara untuk menjaga keberlanjutan alam dan budaya di Rammang-Rammang.

3. Pentingnya Pemandu Wisata Lokal

Pemandu wisata lokal memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan pengalaman wisatawan yang baik. Mereka tidak hanya membantu wisatawan menjelajahi atraksi alam, tetapi juga memberikan penjelasan tentang ekosistem kawasan dan budaya lokal. Pemandu lokal dapat menjembatani kesenjangan informasi antara wisatawan dan lingkungan setempat. Temuan menunjukkan bahwa para kelompok sadar wisata masih memiliki keterbatasan dalam kemampuan mereka untuk memberikan informasi detail tentang potensi wisata kars Rammang-Rammang. Ini mungkin termasuk pengetahuan tentang geologi, flora, fauna, dan aspek budaya kawasan tersebut. Dalam hal ini, pelatihan dan pendidikan tentang aspek-aspek ini sangat penting. Untuk menjadi tolak ukur keberhasilan wisata penting melakukan penguatan pengetahuan tentang pemandu wisata yakni: *Pertama*, Untuk meningkatkan ketersediaan pemandu wisata lokal, perlu dilakukan upaya pengembangan dan pelatihan. Pelatihan ini harus mencakup pengetahuan tentang



Gambar 2. Pengembangan di Lapangan “Walk tour”

Gambar 2 merupakan Langkah-langkah pengembangan “walk tour” di Rammang-Rammang. Gambar 2(a) merupakan titik awal wisatawan masuk, gambar 2(b) Peneliti dibantu tim surveyor melakukan identifikasi titik-titik penting dalam kunjungan selama berada di Rammang-Rammang, kegiatan ini untuk menentukan kegiatan yang dapat menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan serta produk wisata yang ditawarkan pada setiap titik tersebut, gambar 2(c) Identifikasi rute yang dapat dirancang selama berada di kawasan, gambar 2(d) Identifikasi produk wisata lainnya yang dapat dikombinasikan dalam paket.

Selanjutnya tahapan pengembangan Prototipe Produk Wisata dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Kegiatan ini dilakukan dengan masyarakat setempat untuk menggali informasi dan melakukan konsultasi tentang rencana pengembangan Prototipe Produk Wisata (Arcana & Wiweka, 2015). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara melalui kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) maka ditemukan beberapa informasi penting diantaranya.

Matriks 1. Hasil *Focus Group Discussion* (FGD)

Informan	Tema	Masukan/ Saran
AM	Korologi Fisik kawasan	Tervalidasi
FG	Korologi kawasan	Sosial-Budaya Sejarah nenek moyang di kawasan dengan adanya gua sejarah (<i>Gua Pasau</i>) berserta gambar tangan pra sejarah
DR, KM	kuliner lokal	Pengembangan kuliner yang berbahan telur, mengingat sekitar kawasan banyak pelaku usaha ternak ayam petelur.

SA	Flora dan Fauna	Cekibar (<i>Draco volans</i>), merupakan spesies cecak terbang yang banyak terdapat di hutan kawasan Geopark. Namun, kurang dimanfaatkan sebagai daya tarik.
KM, DR, FG		Fenomena alam yang berhubungan dengan kelelawar dan burung elang.

Sumber: Olahan data, 2023

Berdasarkan matriks 1, hasil *Focus Group Discussion* (FGD) dapat disimpulkan bahwa diperlukan pengembangan pada tema seperti Korologi Sosial-Budaya kawasan, kuliner lokal dan Flora dan Fauna. Pertama, mayoritas informan menyarankan pengembangan narasi yang dikemas dengan metode *story telling* tentang adanya fenomena alam yang unik di kawasan Rammang-Rammang yaitu keberadaan kelelawar dan burung elang pada waktu dan situasi tertentu.



Gambar 3. Desain Logo Produk Wisata berbasis *story telling* fenomena alam Rammang-rammang

Gambar 3 merupakan desain Logo Produk Wisata berbasis *story telling* fenomena alam Rammang-rammang. Desain logo tersebut dapat digunakan sebagai konten promosi, pembuatan souvenir dan kebutuhan branding. (Susanto et al., 2023) mengemukakan bahwa *story telling* tempat wisata dapat menambah dimensi kualitas pada daya tarik dan pengalaman perjalanan. Pengembangan *story telling* tentang fenomena alam yang unik di Rammang-Rammang dapat menambah wawasan masyarakat sehingga memudahkan ketika memandu wisatawan. Pemandu wisata dapat memanfaatkan *story telling* untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan menawarkan wawasan meningkatkan penyampaian narasi (Patty et al., 2023).

Kedua, hasil *Focus Group Discussion* (FGD) disepakati pengemasan produk wisata dengan melibatkan produk lainnya yaitu kuliner. Pengembangan produk kuliner dengan memanfaatkan hasil pangan masyarakat sekitar seperti usaha petelur. Olahan makanan yang berbahan dasara telur diperlukan dikembangkan di kawasan Rammang-rammang sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat lokal. Ketiga, Selain diperlukan pemanfaatan peran serta masyarakat dalam operasional produk tersebut, seperti bertindak sebagai pemandu wisata yang memberikan interpretasi tentang daya tarik wisata atau titik-titik yang menjadi *point of Interest* di kawasan di Rammang-Rammang. Selain itu aktivitas seni budaya harus ditumbuhkan di masyarakat sehingga menjadi tambahan pengalaman bagi wisatawan, seperti tarian tradisional selamat datang atau musik tradisional yang dapat disajikan

bagi wisatawan. Hal ini juga akan menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat setempat yang dikemas secara menyeluruh dalam paket.

c. Uji Coba Produk dan Revisi

Uji coba produk dilakukan melalui 2 tahapan, yaitu uji coba pada kelompok kecil dan uji coba pada kelompok besar. Pada uji coba kelompok kecil dilakukan dengan melibatkan mahasiswa jurusan perjalanan Poltekpar Makassar. Sebanyak 8 mahasiswa terlibat pada kelompok kecil ini. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa semua aspek berada pada tingkatan sangat puas. Mahasiswa memberikan tanggapan bahwa pengalaman wisata berbeda dengan apa yang mereka lakukan sebelumnya ketika mereka berkunjung di Rammang-Rammang. Mereka sangat setuju dengan pengaturan yang dilakukan dan ketepatan waktu selama uji coba. Paket Wisata “*Bat Watching*” yang dilakukan kepada kelompok kecil ini dilakukan dengan durasi waktu 6 jam, mulai pukul 08.00 hingga 14.00. Namun, durasi waktu untuk kelompok kecil ini sangat singkat sehingga menjadi bahan masukan untuk pengembangan produk wisata.



Gambar 4. Uji Coba pada Kelompok Besar

Gambar 4. Merupakan uji coba produk kedua yang dilakukan pada peserta *Short course Sustainable Tourism Management - Australian Awards Indonesian*. Peserta tersebut adalah mereka yang mengikuti workshop kepariwisataan dan ingin melihat contoh produk yang ada di Rammang-Rammaang. Jumlah peserta adalah sebanyak 30 orang termasuk para fasilitator dari workshop tersebut. Paket wisata “*Bat Watching*” ditawarkan sekaligus diujicobakan kepada mereka. Aspek-aspek yang menjadi penilaian sebagai berikut: Pemilihan *point of Interest*, Pengaturan Waktu, Pengembangan Rute, Pengalaman wisata yang ditawarkan, Aktivitas wisata yang ditawarkan, Kualitas Interpretasi, Kualitas Pelayanan Pemandu wisata, Pengaturan Tour dari awal sampai akhir dan Kualitas Makanan. Uji coba kelompok besar dilakukan dengan durasi waktu dua hari dan satu malam. Percobaan ini dilakukan untuk menjawab kekurangan yang dialami pada uji coba kelompok kecil yang memiliki waktu durasi yang singkat yaitu hanya 6 jam atau *one day trip*. Sementara untuk eksplorasi Rammang-Rammaang idealnya dilakukan selama dua hari, atau dua hari satu malam. Selain itu, paket wisata yang didesain selama dua hari dan satu malam dapat menguntungkan bagi pengelola setempat melalui sewa penginapan dan jual beli kuliner.

Berdasarkan hasil uji coba kelompok kecil dan kelompok besar, maka produk wisata di Kawasan Rammang-Rammang dibagi menjadi dua jenis yaitu 1) Paket Wisata “*Bat Watching*” termasuk makan malam dan 2) Paket Wisata ‘*Bat Watching*’ tanpa makan malam.

d. Tahapan Desiminasi

Tahap selanjutnya adalah sosialisasi produk wisata yang telah dikembangkan. Desiminasi dilakukan melalui FGD dengan masyarakat setempat serta pemangku

kepentingan lainnya. Fokus utama pada tahapan desiminasi adalah model bisnis untuk operasionalisasi dari produk tersebut. Pada penelitian ini, peneliti memberikan bimtek kepada masyarakat melalui pemanfaatan *Business Model Canvas (BMC)*. Kebutuhan utama wisatawan saat berkunjung di Rammang-Rammang adalah akses yang mudah ke atraksi alam seperti sungai karst dan gua-gua batu kapur, akomodasi yang nyaman, pemandu wisata yang berpengetahuan, dan makanan lokal yang lezat. Selain itu, penunjang penting termasuk fasilitas transportasi yang andal, informasi turistik yang memadai, dan upaya pelestarian lingkungan yang berkelanjutan. Fasilitas pemandu lokal menjadi penunjang penting karena membantu wisatawan dalam menjelaskan atraksi dan aktivitas di kawasan. Fasilitas makanan lokal, seperti warung makan yang menyajikan hidangan khas Sulawesi Selatan, memberikan pengalaman kuliner yang diharapkan oleh wisatawan. Fasilitas aksesibilitas yang baik termasuk pemandu lokal, akses ke gua-gua, dan penyewaan alat seperti helm dan lampu senter.



Gambar 5. Desiminasi Produk Paket Wisata di Rammang-Rammang

Dengan memahami kebutuhan utama dan penunjang wisatawan, Rammang-Rammang dapat meningkatkan pengalaman kunjungan wisatawan dan menjaga keberlanjutan pariwisata di kawasan tersebut. Peningkatan fasilitas dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan ini dapat meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata dan kepuasan wisatawan. Bagi pelaku usaha kuliner, motivasi utama adalah membagikan kekayaan kuliner Sulawesi Selatan kepada para wisatawan. Mereka ingin mengenalkan para wisatawan pada budaya kuliner lokal dan menyediakan makanan lezat sebagai pengalaman khas, sebagaimana yang di katakan oleh informan berikut:

"Karena saya ibu rumah tangga, saya bisa memasak makanan rumahan, jadi waktu suami minta untuk masak buat wisatawan, saya berpikir untuk buka warung makan saja kebetulan ada saung bisa jadi tempat makan, setiap wisatawan datang"

Beberapa pelaku usaha tergerak oleh peluang untuk memberikan pengalaman berbeda dan unik kepada wisatawan. Contohnya, bisnis perahu bambu bertujuan memberikan wisatawan pengalaman menjelajahi sungai karst yang tidak biasa. Dorongan inilah yang mendorong para pelaku usaha untuk berinvestasi dan berperan aktif dalam pengembangan pariwisata di Rammang-Rammang. Ini menciptakan peluang ekonomi, mempromosikan budaya lokal, dan memberikan pengalaman unik bagi para wisatawan.

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha dan pihak terkait di Rammang-Rammang memiliki beberapa strategi untuk mengembangkan usaha yang sedang dijalankan yaitu Salah satu strategi yang digunakan adalah meningkatkan kerja sama dengan agen perjalanan dan memanfaatkan platform pemasaran online. Seperti pernyataan seorang informan berikut :

"Salah satu strategi pengembangan usaha kami adalah meningkatkan kerja sama dengan agen perjalanan dan pemasaran online. Kami juga berencana untuk mengembangkan paket wisata yang lebih beragam dengan lebih banyak aktivitas dan pengalaman yang menarik bagi wisatawan."

Hal ini akan membantu meningkatkan eksposur dan akses ke pasar yang lebih luas. Pelaku usaha di sektor warung makan dan homestay ingin fokus pada peningkatan kualitas layanan dan fasilitas yang mereka tawarkan. Ini penting untuk memastikan pengalaman wisatawan memuaskan. Adapun pernyataan informan dari pelaku usaha di rammang-rammang antara lain :

"Kami ingin mengembangkan usaha warung makan dan homestay kami dengan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang kami tawarkan. Kami juga berencana untuk mempromosikan usaha kami secara lebih aktif melalui media sosial dan situs web, dan supaya terus ada perbaikan kami juga berencana meminta saran dan masukan dari wisatawan yang sudah merasakan pelayanan kami"

Para pelaku usaha juga merencanakan untuk mempromosikan usaha mereka secara lebih aktif melalui media sosial dan situs web. Ini adalah cara yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dukungan ini berupa modal untuk membangun fasilitas, seperti restoran, yang membantu dalam mengembangkan usaha masyarakat. Pemerintah daerah memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan dan pelatihan kepariwisataan kepada masyarakat lokal. Mereka juga memberikan bantuan teknis dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Dukungan ini mencakup pendidikan dan pelatihan bagi komunitas serta bimbingan dalam pengelolaan pariwisata. Lembaga konservasi lingkungan memberikan dukungan dalam perlindungan ekosistem di sekitar kawasan Rammang-Rammang. Mereka memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal tentang bagaimana menjaga lingkungan alam dan flora-fauna di daerah tersebut.

"Pemerintah daerah memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan dan pelatihan kepariwisataan. Mereka juga memberikan bantuan teknis dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Selain itu, beberapa lembaga akademik juga berkolaborasi dalam program pendidikan bagi komunitas kami."

Dukungan dari pihak eksternal adalah faktor penting dalam mengembangkan usaha masyarakat di Rammang-Rammang. Ini membantu dalam meningkatkan kapasitas, sumber daya, dan keberlanjutan. Para pelaku usaha juga berinovasi dengan mengadakan acara-acara budaya lokal, seperti kelas memasak tradisional. Ini memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berpartisipasi dalam aktivitas budaya dan meningkatkan pengalaman mereka. Pemerintah daerah terlibat dalam pelatihan SDM, khususnya pemandu wisata lokal. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan memberikan informasi yang lebih mendalam kepada wisatawan. Pemandu wisata yang berkualitas dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada para pengunjung.

Para pelaku usaha juga berinovasi dengan mengadakan acara-acara budaya lokal, seperti kelas memasak tradisional. Ini memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berpartisipasi dalam aktivitas budaya dan meningkatkan pengalaman mereka. Pemerintah daerah terlibat dalam pelatihan SDM, khususnya pemandu wisata lokal. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan memberikan informasi yang lebih mendalam kepada wisatawan. Pemandu wisata yang berkualitas dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada para pengunjung.

Dari hasil identifikasi indikator model bisnis komunitas di rammang-rammang maka di konversi ke dalam model bisnis kanvas yang melahirkan model konsep baru. Berdasarkan 9 (sembilan) blok model kanvas, maka yang dapat diterapkan di desa wisata rammang-rammang merupakan akumulasi proses membuat, menjual, membiayai dan mendapat masukan dari produk barang atau jasa. Konsep model bisnis kanvas yang dikembangkan oleh Pigneur dan Osterwalder (2010) pada penelitian ini menyajikan data dengan pendekatan pada 9 (sembilan) blok diantaranya; *Key Activities, Value Proposition, Customer segment, Customer Relationships, Revenue Streams, Channels, Key Resources, Key Partnerships* dan *Cost Structure*.

Masyarakat yang menginisiasi produk wisata yang ada di Rammang-Rammang menjadi usaha masyarakat merupakan langkah yang positif dalam pengembangan sektor pariwisata di daerah tersebut. Salah satu dampak positif dari inisiatif ini adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat. Dengan mengubah produk wisata menjadi usaha masyarakat, penduduk setempat memiliki kesempatan untuk menghasilkan pendapatan tambahan dan memperbaiki taraf hidup mereka. Hal ini dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan ketergantungan pada mata pencaharian tunggal seperti pertanian dan perkebunan. Dalam keseluruhan pembahasan ini, diperlukan upaya yang lebih besar dalam mengkoordinasikan usaha-usaha homestay dengan Bumdes setempat, meningkatkan kualitas layanan, serta memberikan pelatihan dan dukungan kepada pelaku usaha. Dengan langkah-langkah ini, homestay dan akomodasi lokal di Rammang-Rammang dapat menjadi aset yang berharga dalam mendukung pariwisata dan ekonomi masyarakat setempat.

Pengembangan homestay dan akomodasi lokal oleh masyarakat setempat sebagai usaha pariwisata adalah inisiatif yang berpotensi memberikan banyak manfaat. Dalam berbagai penelitian dan literatur, terdapat banyak pembahasan tentang dampak positif pemberdayaan ekonomi melalui inisiatif wisata masyarakat. Inisiatif homestay dan akomodasi lokal memungkinkan penduduk setempat untuk menghasilkan pendapatan tambahan melalui sewaan kamar kepada wisatawan. Hal ini terlihat dalam penelitian seperti (Mowforth & Munt, 2015), Penelitian ini menggambarkan cara sektor pariwisata dapat memberdayakan komunitas setempat dan memberikan peluang ekonomi tambahan melalui homestay dan akomodasi lokal. Inisiatif ini dapat membantu mengurangi ketergantungan masyarakat setempat pada mata pencaharian tunggal, seperti pertanian atau perkebunan. Sebagai contoh, banyak penduduk setempat di daerah pariwisata yang sukses dapat mengalihkan perhatian mereka ke sektor pariwisata, seperti yang dijelaskan dalam penelitian (Saarinen, 2006), Penelitian ini mengulas tentang diversifikasi pendapatan melalui sektor pariwisata di daerah pedesaan. Desa wisata Rammang-Rammang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana homestay dan akomodasi lokal dapat menjadi sukses sebagai usaha masyarakat. Hasil penelitian ini dapat mencakup informasi tentang perkembangan bisnis, kolaborasi dengan Bumdes, peningkatan kualitas layanan, dan pemberian pelatihan kepada pelaku usaha. Ini dapat menjadi referensi yang relevan dan aplikatif.

Hasil wawancara dan FGD di rammang-rammang menunjukkan bahwa masyarakat setempat di Rammang-Rammang membuka warung makan lokal yang menyajikan hidangan khas Sulawesi Selatan. Meskipun makanan lokal menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung, terdapat beberapa kendala yang perlu dipertimbangkan dengan perhatian pada keterampilan kuliner, pelayanan, dan promosi. Warung makan lokal dapat menjadi aset yang berharga dalam pengembangan pariwisata Rammang-Rammang. Keberadaan warung makan dapat menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat setempat dan memberikan pengalaman wisatawan yang lebih memuaskan. Warung makan lokal yang menyajikan hidangan khas Sulawesi Selatan memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata. Wisatawan sering mencari pengalaman kuliner autentik saat mengunjungi destinasi baru. Dalam penelitian (Smith, 2017), disebutkan bahwa makanan lokal yang berkualitas tinggi dapat menjadi salah satu faktor utama dalam menarik wisatawan. Pengembangan warung makan lokal dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi masyarakat setempat. Pendapatan yang dihasilkan dari usaha kuliner dapat meningkatkan taraf hidup penduduk setempat dan membantu mengurangi tingkat pengangguran. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Jamal & Getz, 1995), yang mengemukakan konsep pemberdayaan ekonomi lokal melalui pariwisata. Salah satu kendala yang perlu diatasi adalah keterampilan dalam mengelola dan memasak hidangan lokal. Program pelatihan kuliner yang diselenggarakan oleh pemerintah atau mitra pariwisata lokal dapat membantu meningkatkan kualitas hidangan. Pandangan ini sejalan dengan konsep pelatihan dalam pengembangan pariwisata, seperti yang dijelaskan dalam penelitian (Kim et al., 2013). Kualitas layanan dan promosi juga kunci keberhasilan. Warung makan perlu memastikan bahwa wisatawan memiliki pengalaman yang memuaskan, baik dari segi makanan maupun layanan. Selain itu, promosi lokal dan online dapat membantu menarik

wisatawan. Studi oleh (Buhalis, 2000) membahas pentingnya pemasaran pariwisata dalam konteks kuliner. Pengembangan usaha kuliner lokal di Rammang-Rammang memiliki potensi besar dalam mendukung pariwisata dan pemberdayaan masyarakat setempat. Dengan fokus pada kualitas kuliner, layanan yang baik, dan promosi yang efektif, warung makan lokal dapat menjadi aset yang berharga dalam pengembangan destinasi pariwisata. Dengan referensi-referensi ini, langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan ini dapat menjadi lebih jelas dan terarah.

Beberapa aspek penting bahwa sebagian pelaku usaha bekerja sama dalam kelompok untuk mengembangkan produk wisata yang lebih menarik. Mereka mencoba mengintegrasikan berbagai atraksi, aktivitas, dan amenities menjadi paket wisata yang holistik untuk meningkatkan daya tarik destinasi Rammang-Rammang. Namun, pembentukan bisnis paket wisata secara holistik masih belum sepenuhnya diinisiasi oleh masyarakat setempat, dan pengelolaan bisnis ini sebagian besar dipegang oleh pihak luar sebagai pengelola dan pemegang bisnis. Masyarakat juga masih menghadapi kendala dalam mengintegrasikan komponen produk wisata yang ada di kawasan tersebut. Mengingat potensi destinasi dan keinginan masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan produk wisata, penting bagi semua pihak yang terkait untuk bekerja sama dalam mengatasi kendala yang ada dan memastikan bahwa pengembangan produk wisata holistik di Rammang-Rammang menguntungkan masyarakat setempat dan meningkatkan pengalaman wisatawan. Pengembangan produk wisata holistik adalah langkah penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi Rammang-Rammang. Wisatawan sering mencari pengalaman yang komprehensif, termasuk atraksi, aktivitas, dan amenities yang terintegrasi dengan baik. Studi oleh (Murphy, 1985) menekankan pentingnya produk wisata yang komprehensif dalam menarik wisatawan. Konsep ini membahas pendekatan komunitas dalam pengembangan produk wisata. Salah satu kendala adalah keterbatasan inisiatif lokal dalam memulai pembentukan bisnis paket wisata secara holistik. Dalam banyak kasus, pengelolaan bisnis ini dipegang oleh pihak luar, yang dapat menghambat keterlibatan komunitas lokal. Hal ini mencerminkan isu-isu dalam kepemilikan dan pengelolaan aset pariwisata, seperti yang dibahas dalam penelitian oleh (Timothy, 1999).

Penelitian ini membahas kepemilikan dan pengelolaan aset pariwisata dalam konteks partisipasi komunitas. Untuk mengatasi kendala ini, kerja sama antara komunitas lokal, pihak luar, dan pemangku kepentingan terkait sangat penting. Ini dapat mencakup pelibatan aktif komunitas dalam pengelolaan dan pengembangan produk wisata. Contoh kolaborasi yang berhasil dalam pengembangan produk wisata dapat ditemukan dalam penelitian oleh (Gössling et al., 2010). Konsep ini membahas kerja sama dalam pengembangan produk wisata di berbagai destinasi. Pengembangan produk wisata holistik di Rammang-Rammang memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik destinasi dan memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Rekomendasi untuk penelitian di masa yang akan datang untuk melakukan uji coba pada kelompok yang lebih besar lagi serta diperlukan pengembangan paket wisata yang sarat pengalaman di seluruh kawasan Geopark Maros-Pangkep. Diperlukan juga sebuah studi yang spesifik untuk menguji secara kuantitatif pengaruh komponen Geopark (Culturdiversiti, Geodiversiti dan Biodiversiti) terhadap penciptaan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan atau penelitian tentang latar belakang wisatawan mengunjungi komponen geopark dengan pendekatan kualitatif etnografi.

KESIMPULAN

Inisiasi masyarakat terhadap produk wisata di Rammang-Rammang telah memberikan kontribusi positif terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Langkah-langkah seperti membuka homestay, penyediaan akomodasi lokal, dan pengelolaan tiket masuk oleh Bumdes adalah langkah penting untuk mendukung keberlanjutan destinasi wisata dan memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. prototipe produk wisata yang dikembangkan melalui proses tahapannya, terutama pada identifikasi potensi sumber daya wisata dan analisis kebutuhan wisatawan, telah menghasilkan dua jenis paket wisata 'Bat Watching' dengan

variasi makan malam. Pengembangan produk ini membantu memastikan bahwa pengalaman wisatawan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi mereka. Model bisnis komunitas yang terkonsolidasi di Desa Wisata Rammang-Rammang menyoroti pentingnya aktivitas produksi, pelestarian lingkungan, dan pengelolaan sumber daya fisik dan intelektual. Pengelolaan yang baik terhadap saluran distribusi, segmen pelanggan, dan aliran pendapatan dapat meningkatkan profitabilitas destinasi. Kerjasama dengan pihak eksternal dan lembaga terkait seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat membantu dalam promosi dan pengembangan bisnis. Rekomendasi untuk penelitian di masa yang akan datang untuk melakukan uji coba pada kelompok yang lebih besar lagi serta diperlukan pengembangan paket wisata yang sarat pengalaman di seluruh kawasan Geopark Maros-Pangkep. Selain itu, evaluasi tentang pengaruh komponen Geopark (Culturdiversiti, Geodiversiti dan Biodiversiti) terhadap penciptaan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan perlu untuk dilakukan penelitian lebih mendalam sehingga dapat membantu dalam menyusun strategi penyusunan paket wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. (2022). Strategy and Design of Digital Tourism Promotion Mobile Applications at the District or City Level in Indonesia. *Proceedings of 2022 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2022*. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech55957.2022.9915075>
- Al Maghraoui, O., Vallet, F., Puchinger, J., & Yannou, B. (2019). Modeling traveler experience for designing urban mobility systems. *Design Science*, 5. <https://doi.org/10.1017/dsj.2019.6>
- Anggreswari, N. P. Y., & Jayaningsih, A. A. R. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata Hidden Canyon Beji Guwang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 4(1). <https://doi.org/10.23887/jiis.v4i1.13952>
- Arcana, K. T. P., & Wiweka, K. (2015). The Potential Development of Community-Based Tourism at Ambengan Village, Buleleng Regency, Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 1(1). <https://doi.org/10.22334/jbhost.v1i1.14>
- Azhar, R. M., Suparno, O., & Djohar, S. (2018). Pengembangan Model Bisnis pada Lokawisata Baturaden Menggunakan Business Model Canvas. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2). <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.137-144>
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (1984). Educational research: An introduction. *British Journal of Educational Studies*, 32(3).
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Diniati, A., Salma, A. N., Lestari, M. T., Devi, N. L. P. F. S., & Tasliman, C. A. (2022). Utilization of Instagram by Glamping Legok Kondang Ciwidey as a Promotion Media during the Pandemic. *TRJ Tourism Research Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.30647/trj.v6i1.134>
- Ferrari, S. (2015). An Experiential Approach to Differentiating Tourism Offers in Cultural Heritage. In *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9780203120958.ch48>
- Fitrianesti, R., & Muhtadi, M. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Keterampilan dalam Membangun Kemandirian di Yayasan Inspirasi Indonesia Membangun (YIIM) Jakarta Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 10(1). <https://doi.org/10.37064/jpm.v10i1.9883>
- Gössling, S., Hall, C. M., Peeters, P., & Scott, D. (2010). The future of tourism: Can tourism growth and climate policy be reconciled? A mitigation perspective. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 119–130.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204.
- Jasman, J., Ridwan, M., Kamarudin, M. K. A., & Lubis, D. P. (2023). Production Of Spatial Geosite Itinerary Maps as Tourism Destinations. *JURNAL GEOGRAFI*, 15(2), 208.

- <https://doi.org/10.24114/jg.v15i2.48990>
- Junaid, I., & Fauziah, A. N. (2019). Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Pariwisata Di Dusun Rammang-Rammang Kabupaten Maros. *Jurnal Penyuluhan*, 15(1). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v15i1.18124>
- Kah, J. A., Shin, H. J., & Lee, S. H. (2022). Traveler sensory-scape experiences and the formation of destination identity. *Tourism Geographies*, 24(2–3). <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765015>
- Khilmiyah, A., & Surwanti, A. (2021). PEMBERDAYAAN EKONOMI AKTIVIS AISYIYAH MELALUI PELATIHAN ECOPRINT RAMAH LINGKUNGAN. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.34.301>
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527–540.
- Machmury, A. (2023). Storynomic Tourism Strategy : Promotion of Storytelling-Based Tourism Destinations. *SIGn Journal of Tourism*, 1(1).
- Maquera, G., da Costa, B. B. F., Mendoza, Ó., Salinas, R. A., & Haddad, A. N. (2022). Intelligent Digital Platform for Community-Based Rural Tourism—A Novel Concept Development in Peru. *Sustainability (Switzerland)*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/su14137907>
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalization and new tourism in the third world*. Routledge.
- Murphy, P. (1985). Tourism: a community approach. Methuen: New York and London. *Tourism Review*, 6(2), 9–10.
- Mustaniroh, S. A., Prabaningtias, N., & Citraresmi, A. D. P. (2020). Analysis of Business Development Strategies with Business Model Canvas Approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 515(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/515/1/012075>
- Neuman, W. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30). <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Nuhung, S. (2016). Karst Maros Pangkep Menuju Geopark Dunia (Tinjauan Dari Aspek Geologi Lingkungan). *Jurnal Plano Madani*, 5(1).
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529.
- Patty, M. I., Anom, I. P., & Adikampana, I. M. (2023). Storynomics Tourism: Story behind the Tradition of Tabob in Ohoi Madwaer, Kei Island – Southeast Maluku. *European Modern Studies Journal*, 7(2). [https://doi.org/10.59573/emsj.7\(2\).2023.27](https://doi.org/10.59573/emsj.7(2).2023.27)
- Putra, M. R. A., Iswara, A. R. P., Fasya, M. N., & Furqan, A. (2023). Penerapan Konsep Community Based Tourism (CBT) di Kampung Wisata Karst Rammang-Rammang, Kabupaten Maros. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2625>
- Quintero, K., & Zerva, K. (2023). From place disruption to attachment: another perspective for international student mobility. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 21(4). <https://doi.org/10.1080/14766825.2022.2144334>
- Rahim, A., Hutomo, G. S., & ... (2021). Pengemasan Dan Aplikasinya Pada Produk Olahan Kakao Serta Pembukuan Melalui Program Pengembangan Desa Mitra Di *Jurnal Abditani*, 4(2).
- Richey, R. C., & Klein, J. D. (2005). Developmental research methods: Creating knowledge from instructional design and development practice. *Journal of Computing in Higher Education*, 16, 23–38.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140.
- Sarira, M. T., Amirullah, A., Rusdi, M., Sugiarto, A., Anasi, P. T., Nursalam, L. O., Ridwan, M., & Sejati, A. E. (2023). POLA PERJALANAN WISATAWAN DI KEPULAUAN SPERMONDE. *GEOGRAPHY: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 11(1). <https://doi.org/10.31764/geography.v11i1.14083>
- Sithole, N., Giampiccoli, A., & Jugmohan, S. (2018). Community capacity building through

- tourism: The case of Shakaland Zulu Cultural Village. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1).
- Smith, R. S. (2017). *Virtue ethics and moral knowledge: Philosophy of language after MacIntyre and Hauerwas*. Routledge.
- Susanto, Y., Ridwan, M., Politeknik, R., & Makassar, P. (2023). TOURIST MOVEMENT PATTERNS IN THE MAMMINASATA REGION. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(December), 2685–6026.
- Teoh, M. W., Wang, Y., & Kwek, A. (2023). Deconstructing transformations: Educational travelers' cross-cultural transformative experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.012>
- Timothy, D. J. (1999). Cross-border partnership in tourism resource management: International parks along the US-Canada border. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3–4), 182–205.
- Wiwin, I. W. (2019). Faktor Sukses dalam Pengembangan Wisata Pedesaan. *Jurnal Pariwisata Budaya Volume 4, Nomer 2, Tahun 2019*, 3(1).